

(株)ジオスケープ	正会員○白樫 佳子
(株)ジオスケープ	正会員 須田 清隆
(株)ハザマ	正会員 大前 延夫
(株)ジオスケープ	正会員 前平 明男

1) 調査目的

本研究の目的は、地域で発行している観光パンフレットや雑誌を通して外部発信されている、認知度の高い淡路島の観光資産を抽出し、現地調査により再評価することで、発信されている情報と地域における認知の違いを明らかにし、情報発信と資産活用に関する方法の可能性を調査・検討することである。この結果を利用し、認知の低い地域資産の活用をすることで、淡路島の魅力向上を図る提案を行う。

2) 調査方法

以下の①～④の測定結果を元に、淡路島における観光資産の現状を明らかにする。

- ① 全島地図、情報誌、観光パンフレット等により島内で一般的に認知の高い資産を抽出する。
 - ② 現地調査により①で抽出した資産が実際に認知の高い内容なのか検証する。
 - ③ 詳細地図に記載を元に現地調査を行い、①以外で観光資産になる可能性を秘めたものを抽出する。
- また、現地調査において新たに発見した資産を加える。

3) 調査対象

兵庫県は淡路島における、以下の一市四町について行った。

- ・三原郡 緑町：海に面していない内陸の町。島内有数の梅林を持つ町。
- ・三原郡 三原町：海に面していない内陸の町。島内で最も広い三原平野を拠点にした農、畜産業が盛ん。
- ・三原郡 西淡町：播磨灘に面し海水浴場などレジャースポットと浜の景勝地に恵まれている。
- ・三原郡 南淡町：変化に富んだ海岸線でうずしおや国生み神話縁の沼島など個性あるスポットが多い。
- ・洲本市：淡路島随一の都市。淡路島の政治経済交通の中心地。洲本温泉や数々の史跡がある。

4) 結果と分析

抽出した資産を①～③の段階により以下の1～3に分けて測定し、表と図で示す。

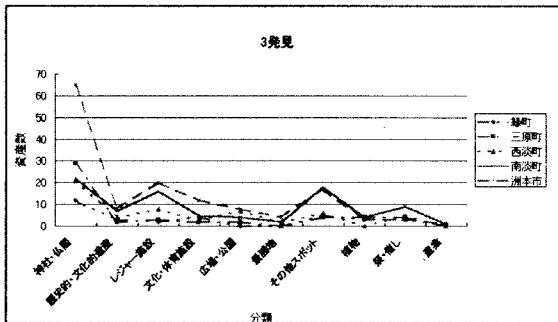
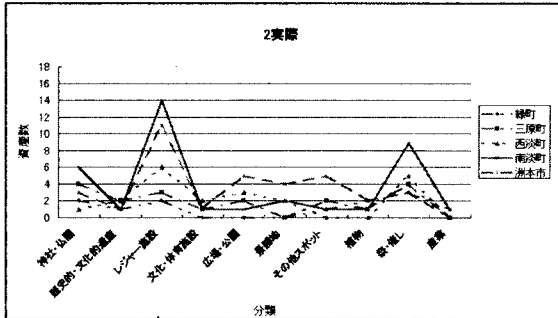
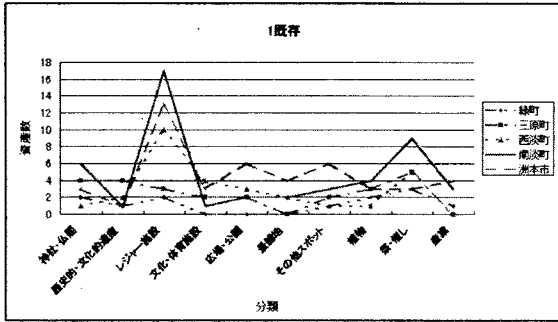
表1：資産の測定の仕方

1 既存	淡路島全島地図、情報誌等に記載されており一般的に認知度が高い資産
2 実際	1のうち、現地調査により観光資産として評価できる内容だったもの
3 発見	詳細地図に記載されているが、観光資産としてPRされていないもの

表2：測定方法別各町の資産分類

		歴史文化		レジャー・娯楽・観光			自然・見所		産業・芸能	
		神社・仏閣	歴史的・文化的遺産	レジャー施設	文化・体育施設	広場・公園	景勝地	その他スポット	植物	祭・催し 産業
1 既存	緑町	2	1	2	0	0	0	1	2	3
	三原町	4	4	3	2	2	0	2	3	5
	西淡町	1	2	10	4	3	2	1	1	5
	南淡町	6	1	17	1	2	2	3	4	9
	洲本市	3	1	13	3	6	4	6	3	4
2 実際	緑町	2	1	2	0	0	0	1	2	3
	三原町	4	2	3	1	2	0	2	1	4
	西淡町	1	2	6	2	3	2	0	0	5
	南淡町	6	1	14	1	1	2	1	1	9
	洲本市	3	1	11	1	5	4	5	2	3
3 発見	緑町	12	3	2	4	0	0	5	3	3
	三原町	29	2	3	2	2	0	4	4	4
	西淡町	21	4	8	3	7	2	6	0	5
	南淡町	22	7	16	5	4	2	18	4	9
	洲本市	65	8	20	12	8	4	17	3	1

○分析



■ 1 既存：情報誌・パンフに記載、一般的に島内でも認知度の高い資産の各町分布を示す。

・ここにおいては、南淡町・洲本市・西淡町のレジャー施設の数が高い傾向が見られる。即ち、一般的な観光資産PRの対象になるのは、レジャー施設（海水浴場・遊園地等）である場合が多いと考えられる。

・逆に歴史的文化的資産は、例えば南淡町などにおいては特徴的な資産が多いにも関わらず、情報発信が少なく、全体的にみても非常に低い値となっている。

■ 2 実際：現地調査により、1のうち発信されている情報に信頼性のあるもののみを測定した値。

・1の検証であるため、増加は見られないが、1と値が近いほど正しく情報発信がされていると推測できる。

・各町ともに概ね1より減少しており、一般的な情報発信には誇張された内容が多いという傾向を示す。

・一般的な情報を元に実際に訪れると期待した内容とは違う印象を与えられる場合がある、と考えられる。

■ 3 発見：発信されている情報に信頼性のあるもの（＝2実際）＋詳細地図に記載されているが観光資産としては認知されていないもの＋新たに発見した資産の値。

・1.2ではレジャー施設が各町とも値が高かったが、3においては神社仏閣の値が最も高い。大小様々な寺社を含めた値は非常に高いものとなる。

・測定した寺社は、観光資産としてはあえて抽出できないものが大部分だが、中には、ビューポイントや寺社建築として興味深いものも多く含まれる。

・顕著に値が増加したのは、ダム・堰堤・岬・温泉・港・遊歩道などを含むその他スポットである。溜池の多い淡路島において、ダム・堰堤は魅力的な資産になり得るものであり、現状では曖昧な位置付けである傾向が強いこれらの資産は情報提示の手法次第で、様々に展開できる可能性を秘めていると言える。

5) 考察

- ・一般的に発信されている、また、島民・島外民が得ている観光情報は、実際の内容より良い方向へ誇張されたものであることが多い、という傾向が見られる。
- ・各町の個性が明確に表出してこない、という傾向が見られる。本来各町によって、観光資産として認知される数には差や個性が表れることが予測されるが、分類による資産分布が全体的に似た傾向である。
- ・一般に発信されている情報と違い、実際は見事な景観・興味深い建築・楽しめるスポット等々として認知されるべきものである資産が多く存在するにも関わらず、島外民はもちろん、島民の認知が低い、と考えられる。地元地域の資産の存在と重要性に対してより高い意識を持つことが必要である、と言える。

6) 今後の課題

- ・資産の情報発信は正確かつ詳細にすべきであるが、各町の個性が明確になるような内容が必要である。
- ・人寄せや経済性のみを重視せず、各町の持つ資産と個性を全面に出した「魅力の発信」が重要である。
- ・島民自身が自分達の住む町を再評価、再認識することが、魅力創出へとつながる、と考えられる。

以上のような点に注意しつつ、今後の地域活性化に役立てる、調査結果の有効な活用方法を検討・提案する。